

# CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La experiencia cliente es el conjunto de emociones y sentimientos de un cliente antes, durante y después de la compra de un producto o servicio. La experiencia del cliente es fundamental para que una marca genere consumidores leales.

Una buena experiencia de cliente trae consigo grandes ventajas para la empresa, como el aumento de las ventas, incremento de usuarios y una mejor imagen y reputación de marca. En la actualidad no es suficiente con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, hay que superarlas, ya que los consumidores exigen cada vez más flexibilidad y un servicio más rápido.

Sigue estas recomendaciones para mejorar la experiencia de tu cliente:



## Escucha a los clientes

La escucha es siempre productiva para mejorar el servicio o incluso crear nuevos productos.

La relación directa entre asesor y cliente permite identificar rápidamente un problema y dar una solución más precisa.

Formula preguntas que te permitan obtener la mayor cantidad de información.

Intenta aplicar pequeñas evaluaciones o encuestas donde los clientes puedan informar sobre sus necesidades, y de esta forma generar más oportunidades para identificar debilidades y realizar acciones de mejora.



## Sorprende y ofrece una experiencia fuera de lo común

Complacer al cliente puede convertirse en la ventaja competitiva de la marca. Emplea experiencias físicas (con un entorno innovador y moderno en tienda) o digitales (con algo de humor y poco convencional, como las historias de Facebook o Instagram), y toma ventaja para hacer la diferencia.

Puedes aplicar algunas ideas para sorprenderlos, como: dar un regalo de bienvenida; ofrece muestras de nuevos productos; felicítalos por su cumpleaños; darles la prioridad como clientes VIP; etc.



## Unifica la identidad

Los puntos de contacto con el cliente deben tener una identidad y una calidad de servicio idénticas



## Pon en contexto la comunicación

Un aspecto importante para enriquecer la experiencia del cliente es adaptarse a su perfil; debes conocer a qué tipo de público te diriges y en qué momento.

Intenta ponerte en el lugar de sus clientes y piensa en lo que quisieras vivir como experiencia de consumo, imaginando lo innovador y marcando la diferencia con tu competencia.



## Segmenta tu comunicación

Los consumidores manifiestan que reciben demasiada información, que no es de su interés, de ahí la importancia de segmentar tus comunicaciones.

#ESTAEMPRESA  
ESDE TODOS

**¡Asesoría Virtual tu mejor aliado!**

Aprovecha este momento para fortalecer y hacer crecer tu empresa, aquí.

